

Le repositionnement en quelques mots

Le repositionnement

Pour tout savoir sur le repositionnement de l'AMGE, consultez notre *guide du nouveau look* que vous pouvez télécharger sur notre site Web www.waggsworld.org. Voici, en attendant, un aperçu de ce repositionnement et de ce que en quoi il consiste.



Quoi ?

Le repositionnement, également appelé rebranding, signifie habituellement un changement de stratégie de marketing par une organisation afin de séduire un plus grand public ou un public différent.

Pour l'AMGE, le repositionnement signifie spécifiquement l'introduction d'une nouvelle image dans le cadre de notre stratégie de marketing.

En bref, le repositionnement de l'AMGE comporte deux principaux outils de communication adoptés par notre stratégie de marketing :

Un nouveau look

Une nouvelle enquête-sondage

Nous utilisons ces vecteurs de communication pour repositionner l'AMGE afin de changer notre manière de communiquer interne et externe.

Pourquoi ?

Le Conseil mondial a décidé de changer la stratégie de marketing de l'Association mondiale, après que vous, les Organisations membres, ayez indiqué qu'elle pourrait bénéficier d'un nouveau look reflétant notre plan stratégique et notre vision, être la voix mondiale des filles et jeunes femmes.

Autre raison tout aussi importante, nous nous repositionnons pour séduire un public plus étendu et attirer davantage de filles et jeunes femmes dans le monde.

Le nouveau look

Consultez « *comment utiliser notre nouvelle identité visuelle* », fascicule qui accompagne le *guide de notre nouveau look*, pour tout savoir sur le mode d'emploi de ce nouveau look, mais voici déjà quelques indications. Lancé en juin, le logo officiel de l'AMGE se compose du trèfle traditionnel, d'un nouveau slogan 'girls worldwide say' et de notre nom, l'Association mondiale des Guides et des Éclaireuses.



Vous pouvez utiliser notre logo à bon escient pour montrer que vous appartenez à une organisation internationale, mais, pour ce faire, vous devez suivre le mode d'emploi indiqué dans « comment utiliser notre nouvelle identité visuelle ». Il n'est pas nécessaire que vous changiez votre logo pour utiliser le nôtre. -Voici quelques conseils :

- Utilisez notre logo comme un tout – associant les trois éléments afin d'éviter toute confusion à propos de notre nom. Nous avons un nouveau slogan, pas un nouveau nom.
- Bien plus qu'une nouvelle identité visuelle, ce logo est actuel et pertinent et s'accompagne souvent de messages décrivant qui nous sommes, ce que nous faisons et ce en quoi nous croyons.
- Vous pouvez utiliser le logo avec les messages agréés de l'AMGE comme « découvre ton potentiel ». VOUS NE POUVEZ AJOUTER VOS PROPRES MESSAGES sans l'accord préalable de l'équipe de communication de l'AMGE.
- La courte ligne de texte, 'girls worldwide say', paraîtra toujours en anglais. Elle ne doit pas être traduite mais les messages qui l'accompagnent peuvent l'être. Par exemple, girls worldwide say " challenge " peut être traduit par girls worldwide say "défi"

La nouvelle enquête-sondage – qu'a-t-elle à voir avec le plaidoyer ?



Si vous souhaitez en savoir plus sur notre travail dans le domaine du PLAIDOYER, consultez les sections vertes et orange du guide du nouveau look. En 2005, l'AMGE a mené sa première enquête mondiale, « parlons de la santé des adolescentes », afin de renforcer le travail de plaidoyer des organisations. Près de 6000 membres de 100 pays y ont pris part.

Sept messages clés se sont dégagés du sondage, qui communiquent ce que les filles du monde entier ont à dire sur la santé et les jeunes femmes aujourd'hui.

- girls worldwide say " luttons contre le sida "***
- girls worldwide say " choisissons une alimentation saine "***
- girls worldwide say " prévenons les grossesses chez les adolescentes "***
- girls worldwide say " la sexualité, il faut en parler "***
- girls worldwide say " parlons des dangers de la drogue "***
- girls worldwide say " stop au tabac dans les lieux publics "***
- girls worldwide say " découvre ton potentiel "***

Dans le cadre de notre nouvelle stratégie de marketing, nous lancerons une campagne médiatique internationale.

Les Organisations membres peuvent également se servir des messages clés pour parler de la santé des adolescentes.

Et, si des filles de votre pays ont participé au sondage, vous pouvez en obtenir les résultats auprès de votre directrice régionale.

Voici comment utiliser ces résultats :

- Éduquer vos publics internes
- Sélectionner les questions qui sont importantes pour les membres de votre pays
- Animer des projets et des campagnes qui sont pertinents pour vos membres
- Et communiquer sur ces questions. Vous pourriez inviter les médias à un événement ou répondre à un problème pertinent exposé dans les médias.

Pour terminer, dites-nous ce que vous faites pour que nous puissions élaborer un témoignage international et annoncer au monde ce que disent les filles du monde entier.